lax889889.com 299520.xyz

APP ANNIE | Google | AppsFlyer

Think Games

2020
中国移动游戏
出海驱动力报告

（精简版）

liaohan.net nblax520.com

VISIT…

lax889889.com 299520.xyz

APP ANNIE | Google | AppsFlyer

出海现状及趋势

细分品类新机遇

游戏增长策略

洞察与建议

报告研究方法
及关键词定义

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Google | APP ANNIE

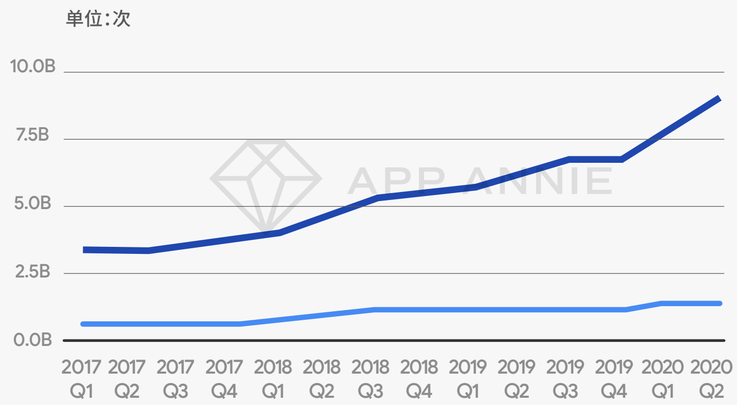
出海现状及趋势

liaohan.net nblax520.com

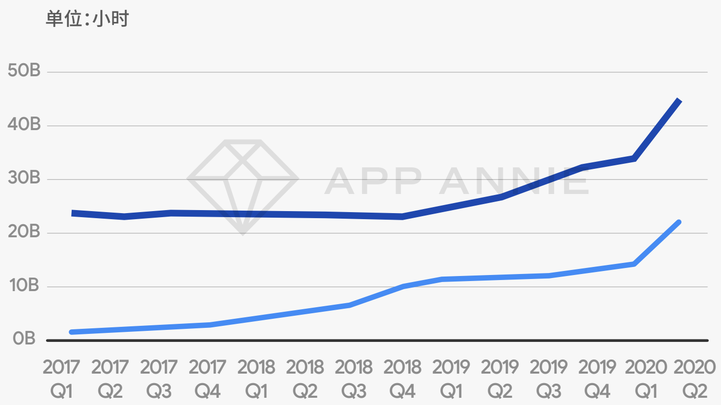
lax889889.com 299520.xyz

过去三年间，中国出海移动游戏持续成长
2020 上半年游戏使用时长和用户支出增长率高于其他发行商

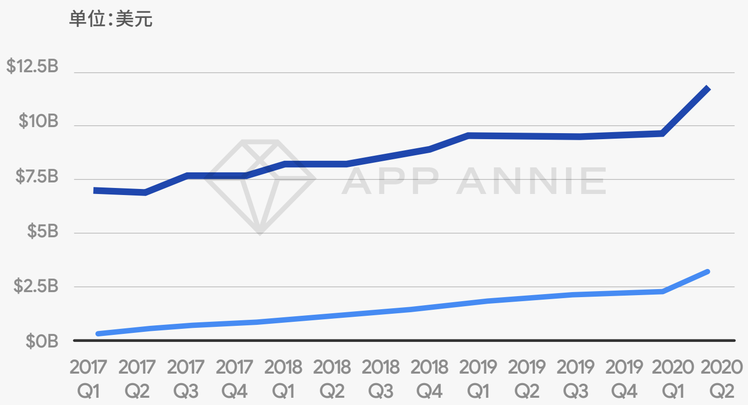
海外移动游戏用户下载量



海外移动游戏使用时长



海外移动游戏用户支出



数据源： App Annie

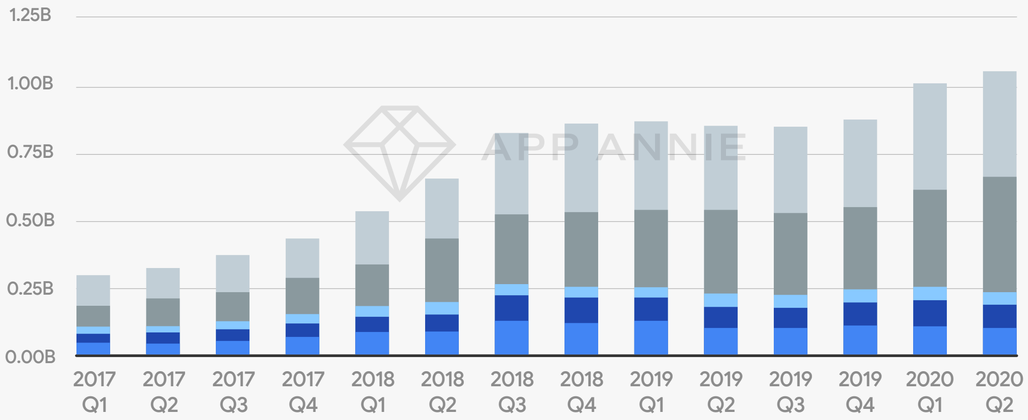
注：本报告中海外泛指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。使用时长基于 Android 手机。

liaohan.net nblax520.com

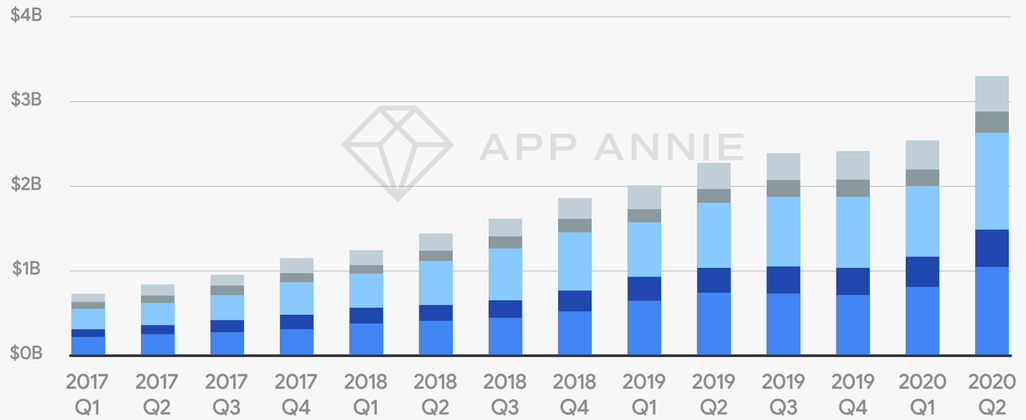
lax889889.com 299520.xyz

中国移动游戏在亚洲多个市场下载量增长迅速
美国和日韩仍是中国出海主要收入源

2017 - 2020 上半年 中国游戏发行商
用户下载趋势 | 按市场



2017 - 2020 上半年 中国游戏发行商
用户支出趋势 | 按市场



北美 西欧 日本和韩国 亚洲其他地区 海外其他地区

数据源: App Annie

注: 本报告中海外范指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国出海移动游戏在 2020 上半年保持强劲态势

中国出海移动游戏的用户支出占海外移动游戏市场的份额

数据源: App Annie

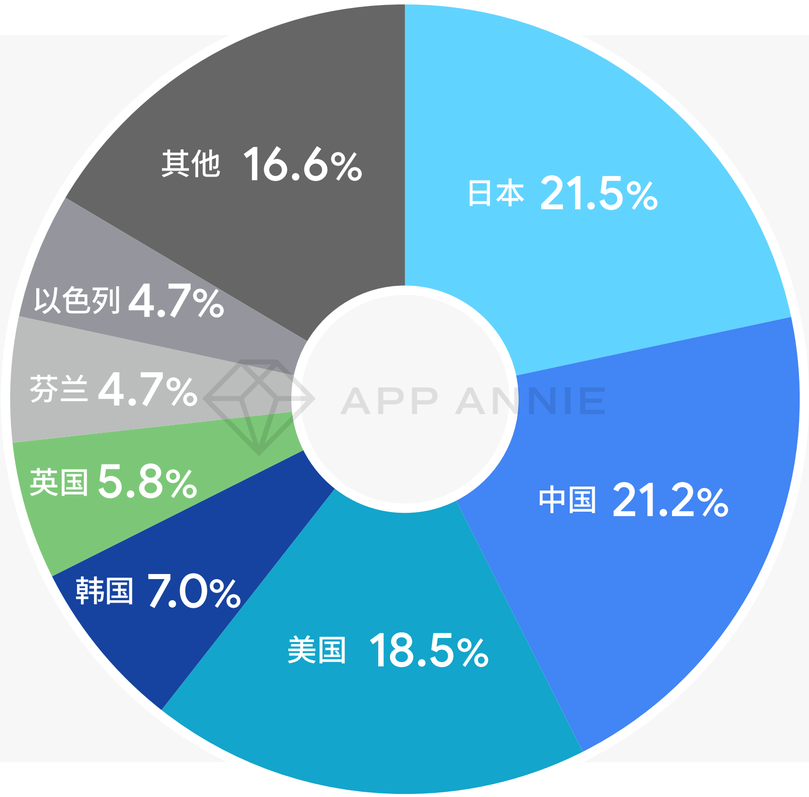
注：本报告中海外范指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

从用户支出看，中国出海移动游戏发行商在海外市场份额持续上升与美日韩共同形成第一梯队

2020上半年
海外 Top1000 移动游戏
的发行商来源国家分布
（按用户支出）



市场份额变化 vs 2019 上半年	
中国	+2.9pp
以色列	+0.9pp
美国	+0.6pp
英国	-1.0pp
韩国	-1.1pp
芬兰	-1.2pp
日本	-4.3pp

数据源: App Annie

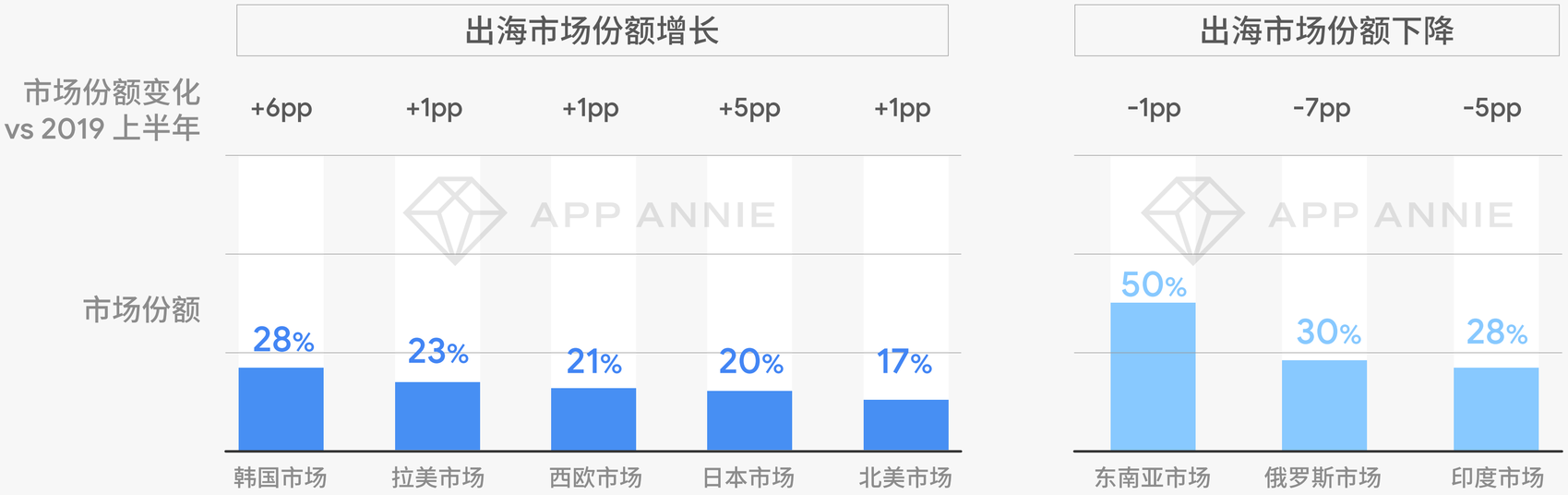
注: 本报告中海外范指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国移动游戏在日韩等市场持续突破
在东南亚、俄罗斯和印度市占率下降

2020 上半年中国发行商在各市场 Top 250 移动游戏中的市场份额（按用户支出）



数据源: App Annie

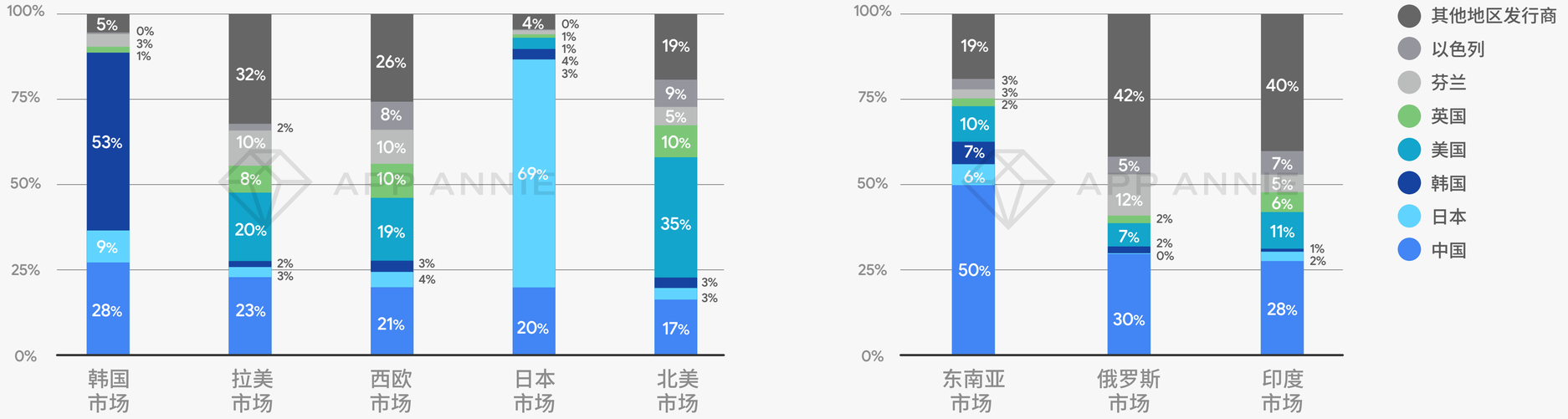
注：基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国发行商在日韩美需要持续关注本土发行商动向
而在西欧和拉美需更多关注美国及欧洲发行商

2020 上半年中国发行商在各市场 Top 250 移动游戏中的市场份额（按用户支出）

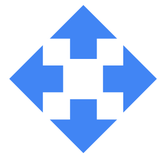


数据源: App Annie

注：基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



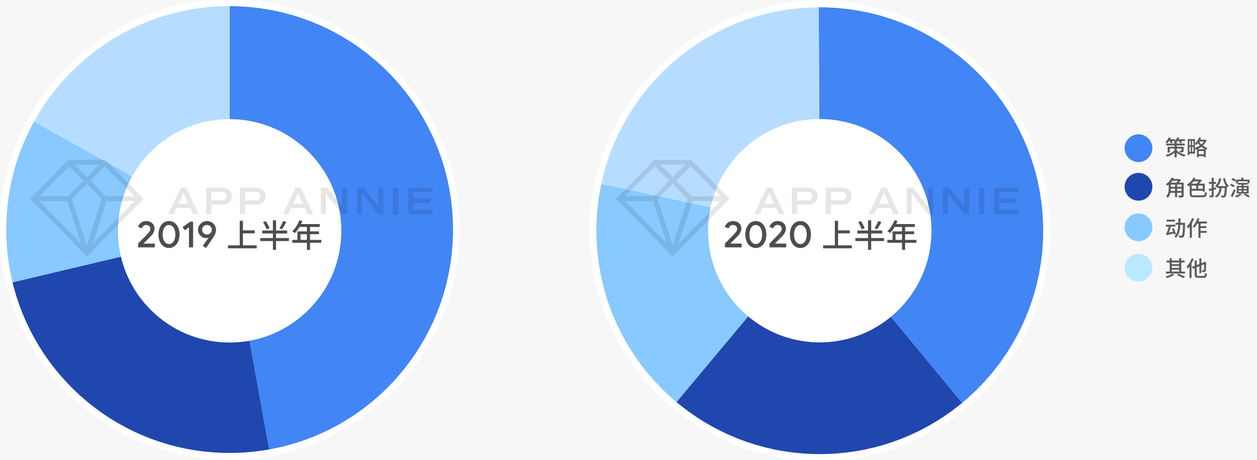
细分品类新机遇

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

头部出海品类变化不大，游戏创新需关注更细分维度

中国发行商海外 Top 1000 移动游戏类型分布（按用户支出）



数据源：App Annie

注：本报告中海外泛指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

全球用户下载：其他益智和超休闲涨幅最大
全球用户支出：消除 + 建造、团队战斗表现突出

2020 上半年海外用户下载 TOP 1000 游戏 | TOP 10 细分游戏品类

排名	细分游戏品类	用户下载变化 vs 2019 上半年
01	超休闲游戏	+78%
02	其他益智游戏	+92%
03	第一人称射击游戏	+45%
04	跑酷（街机游戏）	+23%
05	其他模拟游戏	+54%
06	棋牌益智游戏	+65%
07	运动类模拟经营游戏	+9%
08	电子宠物（模拟游戏）	+52%
09	旋律 & 音乐（街机游戏）	+22%
10	吃鸡（动作游戏）	+3%

2020 上半年海外用户支出 TOP 1000 游戏 | TOP 10细分游戏品类

排名	细分游戏品类	用户支出变化 vs 2019 上半年
01	回合制角色扮演游戏	+4%
02	城战策略游戏	+21%
03	动作类角色扮演游戏	0%
04	经典三消（益智游戏）	-3%
05	老虎机（博弈游戏）	+26%
06	消除 + 建造（益智游戏）	+46%
07	吃鸡（动作游戏）	+21%
08	团队战斗（角色扮演游戏）	+31%
09	益智战斗（角色扮演游戏）	-21%
10	运动类模拟经营游戏	+22%

数据源：App Annie

注：本报告中海外泛指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国出海移动游戏发行商在吃鸡、MOBA 和城战策略游戏上的表现亮眼，偏休闲游戏有待规模化

2020 上半年海外用户下载 TOP 250 中国游戏 | TOP 10 细分游戏品类

排名	细分游戏品类	用户下载变化 vs 2019 上半年
01	其他益智游戏	+111%
02	吃鸡（动作游戏）	+3%
03	城战策略游戏	+10%
04	超休闲游戏	+227%
05	其他儿童类游戏	+74%
06	运动类模拟经营游戏	+79%
07	棋牌（益智游戏）	+166%
08	MOBA / 动作即时战略游戏	+35%
09	教育（儿童类游戏）	+36%
10	消除 + 建造（益智游戏）	-9%

2020 上半年海外用户支出 TOP 250 中国游戏 | TOP 10 细分游戏品类

排名	细分游戏品类	用户支出变化 vs 2019 上半年
01	城战策略游戏	+35%
02	吃鸡（动作游戏）	+29%
03	动作类角色扮演游戏	+24%
04	其他角色扮演游戏	+27%
05	放置类角色扮演游戏	+84%
06	老虎机（博弈游戏）	+130%
07	回合制角色扮演游戏	+4%
08	塔防（策略游戏）	+183%
09	团队战斗（角色扮演游戏）	+5%
10	MOBA / 动作即时战略游戏	+43%

数据源：App Annie

注：本报告中海外泛指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

综合品类市场规模和中国移动游戏市场表现将各出海游戏品类分成三个阶段

挑战者

全球市场规模大，中国出海移动游戏份额较小，如：

- 经典三消游戏
- 超休闲游戏
- 第一人称射击游戏

竞争者

中国出海移动游戏在全球榜单处于头部，仍有拓展潜力，如：

- 回合制角色扮演游戏
- 消除 + 建造游戏
- 团队战斗游戏

领导者

中国出海移动游戏表现强势，如：

- 放置类角色扮演游戏
- 动作角色扮演游戏
- 城战策略游戏
- 塔防游戏

数据源：App Annie

注：本报告中海外泛指中国大陆、中国香港、台湾地区和中国澳门以外的地区，下载量和用户支出基于 iOS 与 Google Play 的综合数据。用户支出包含付费下载和应用内付费，未去除商店分成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

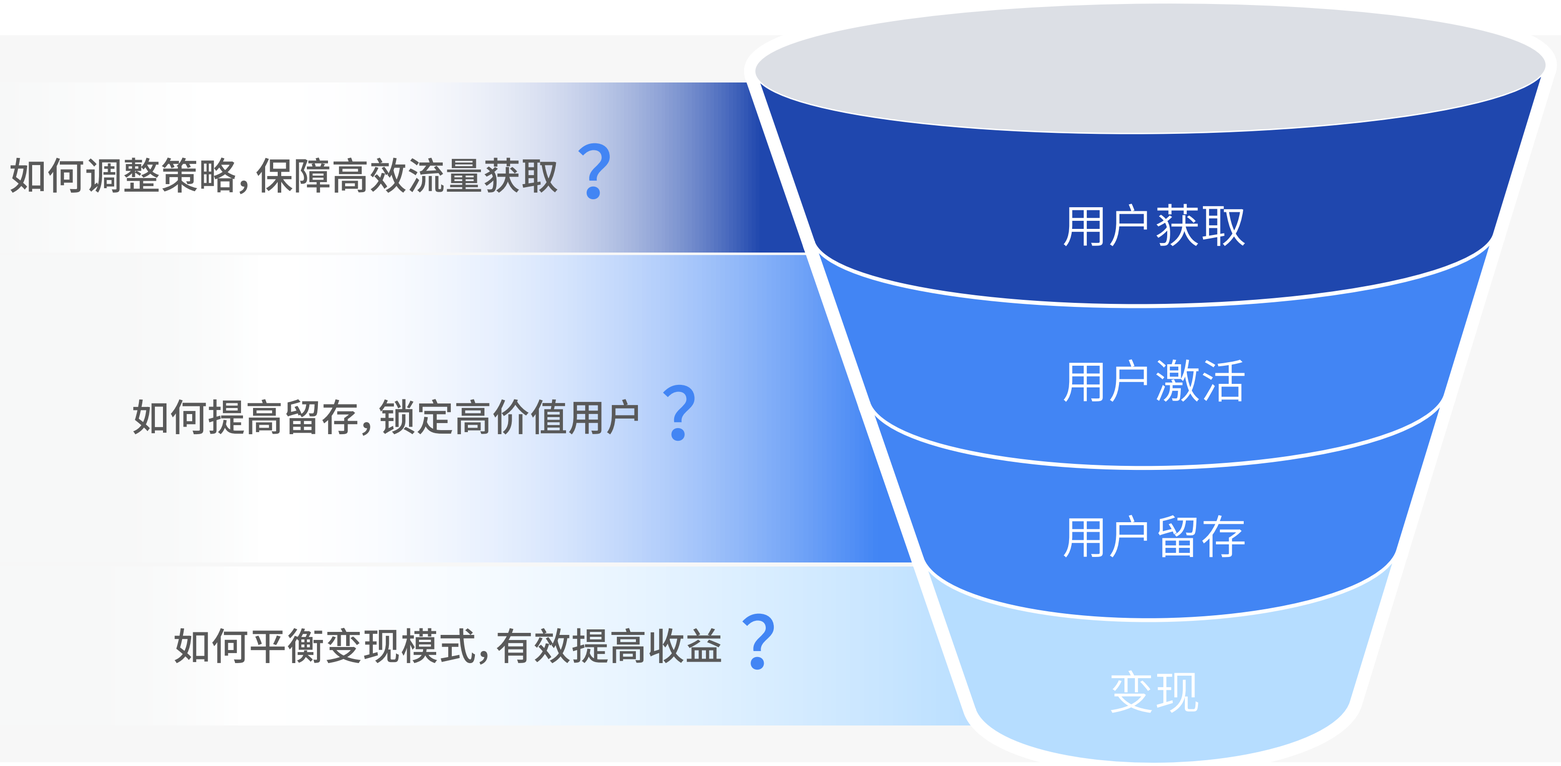
Google | AppsFlyer

游戏增长策略

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

关注深层转化漏斗，做精细化的营销优化



数据源：AppsFlyer

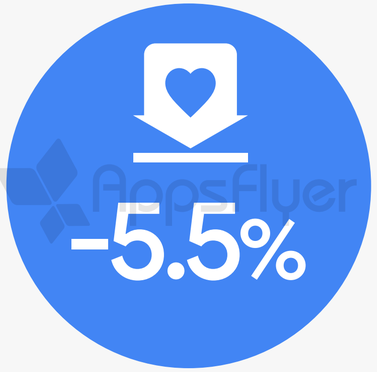
注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

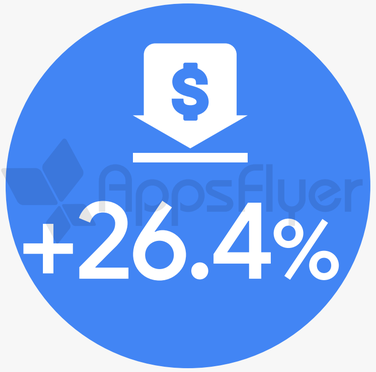
lax889889.com 299520.xyz

营销现状｜用户获取竞争愈发激烈，通过营销买量变得至关重要

全球安装量前 50% 游戏应用平均每应用安装增长
2020 上半年 vs 2019 上半年



自然安装量



通过营销带来的非自然安装

数据源: AppsFlyer

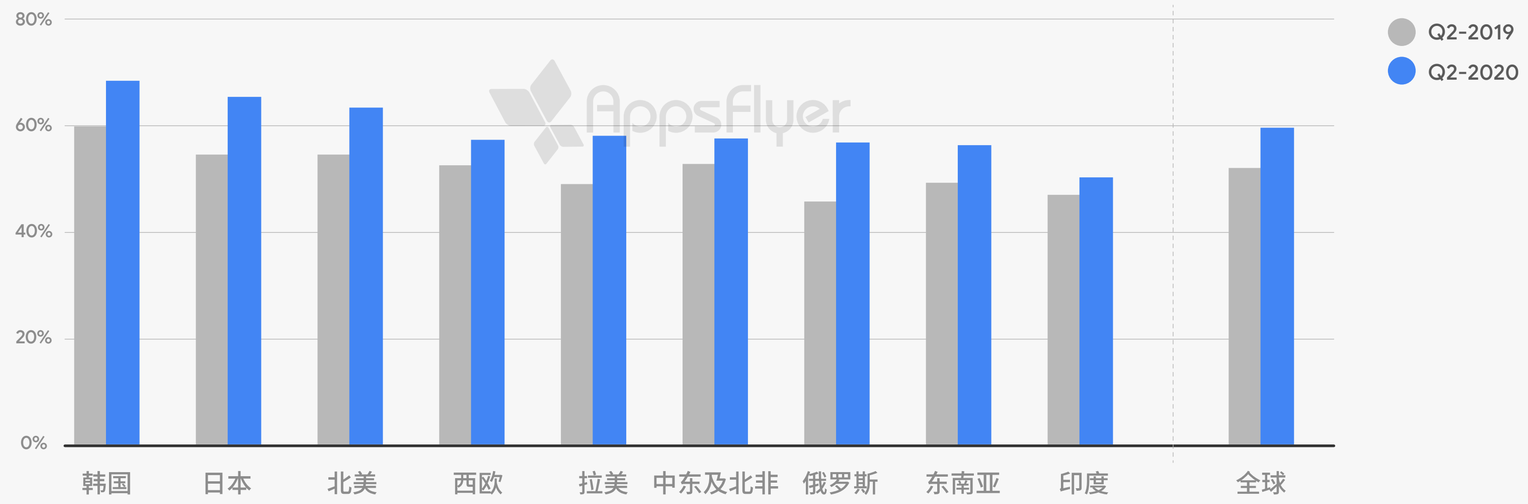
注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

营销现状｜成熟市场买量程度高，俄罗斯与拉美非自然安装量上升迅速

非自然安装量占比 ｜ 2020 二季度 vs 2019 二季度 ｜ 全球游戏



数据源: AppsFlyer

注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

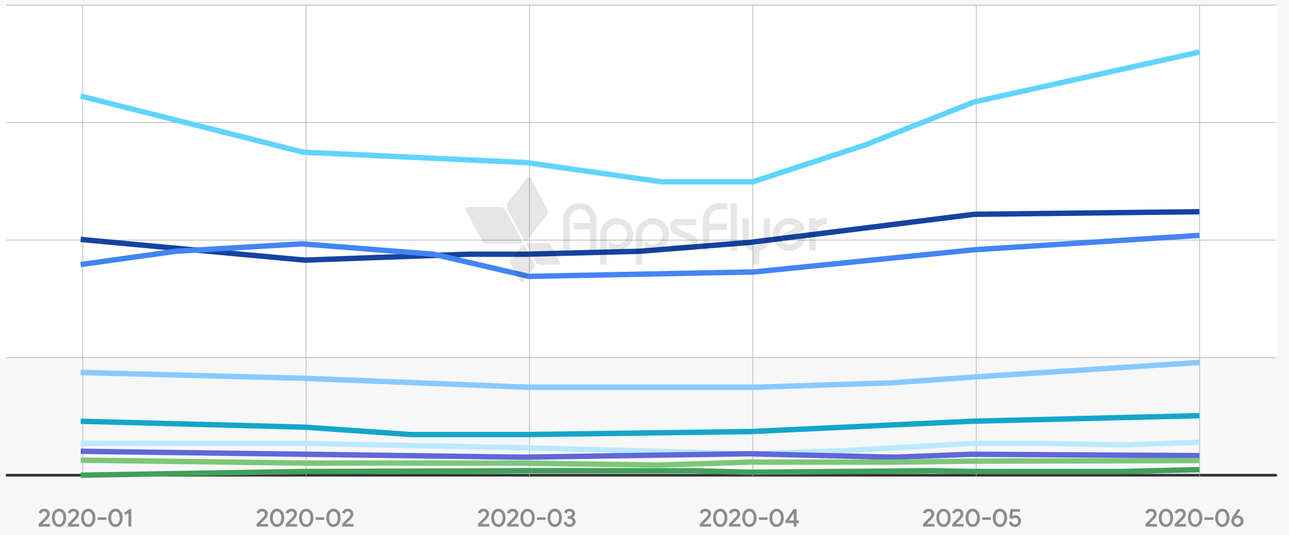
lax889889.com 299520.xyz

营销现状｜2020 年第二季度买量成本攀升，日韩美增幅明显

每次安装成本 (CPI)，2020 年 1-6 月 ｜ 按市场

6 月 vs 4 月

日本	+43%
韩国	+12%
北美	+16%



数据源: AppsFlyer

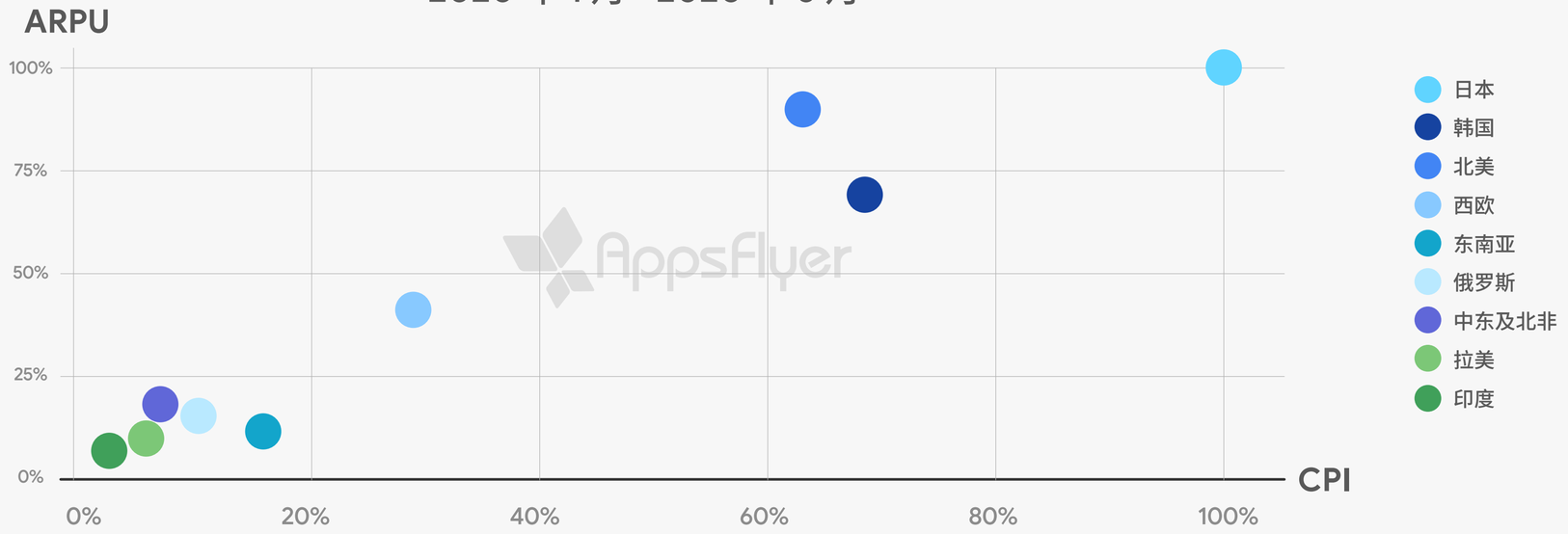
注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

营销现状｜北美和西欧等成熟市场买量性价比高

每用户平均收入(ARPU)市场排名 vs. 每安装平均成本(CPI)市场排名
2020 年 1 月 - 2020 年 6 月



数据源: AppsFlyer

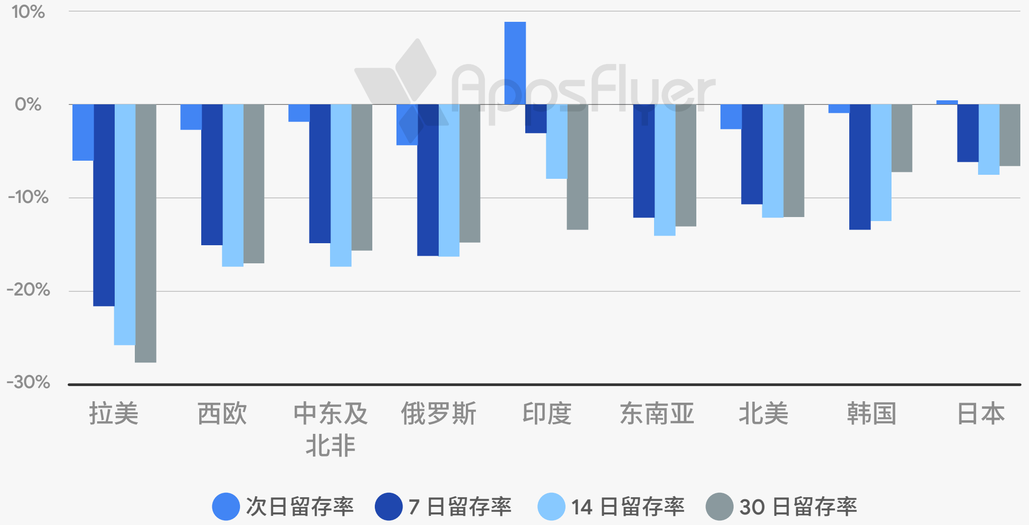
注:本报告基于全球 6000 个头部应用,统计期内共产生 170 亿安装总量;每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装;仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

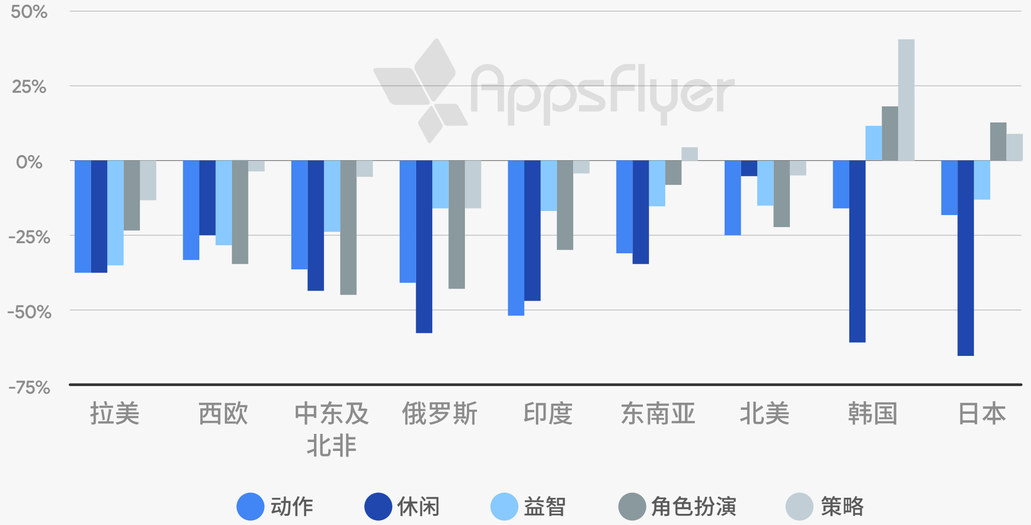
lax889889.com 299520.xyz

营销现状｜2020 上半年留存挑战加剧，尤其在俄罗斯和印度等增量市场，轻度游戏下滑程度高于重度游戏

游戏留存率增长率
2020上半年 vs 2019上半年 | 按市场



30 日留存率增长率
2020 二季度 vs. 2018 二季度 | 按品类



数据源: AppsFlyer

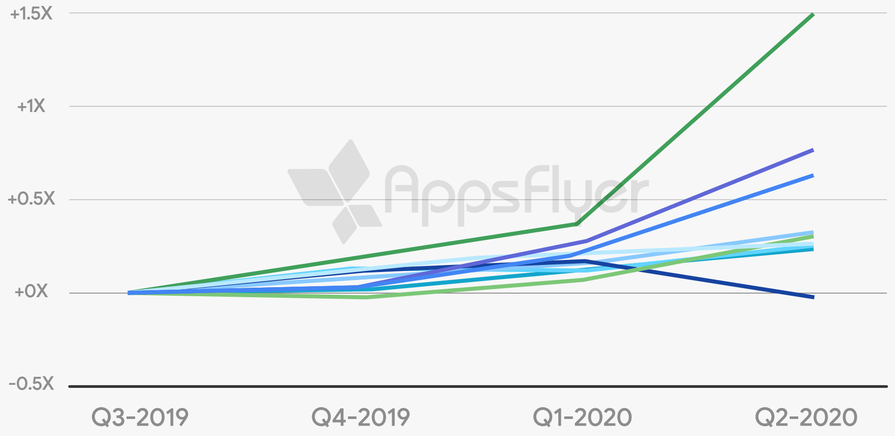
注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

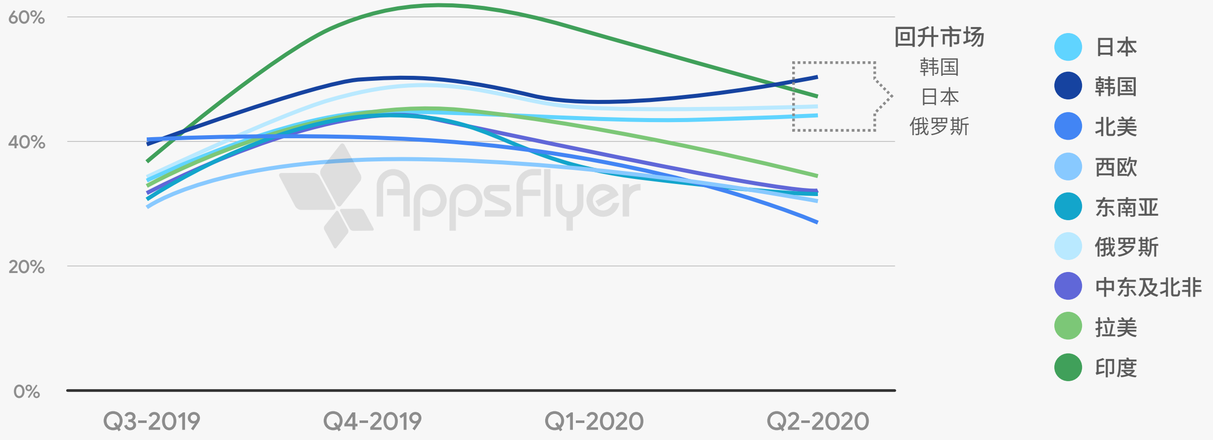
营销现状 | 2020 上半年广告变现收入受到冲击,比重下降

游戏应用内购买收入
2019 Q3- 2020 Q2 | 按市场



以 2019 年第三季度为 1, 每季度均为 1 的倍数

应用内广告在总收入中的比重
019 Q3- 2020 Q2 | 按市场



数据源: AppsFlyer

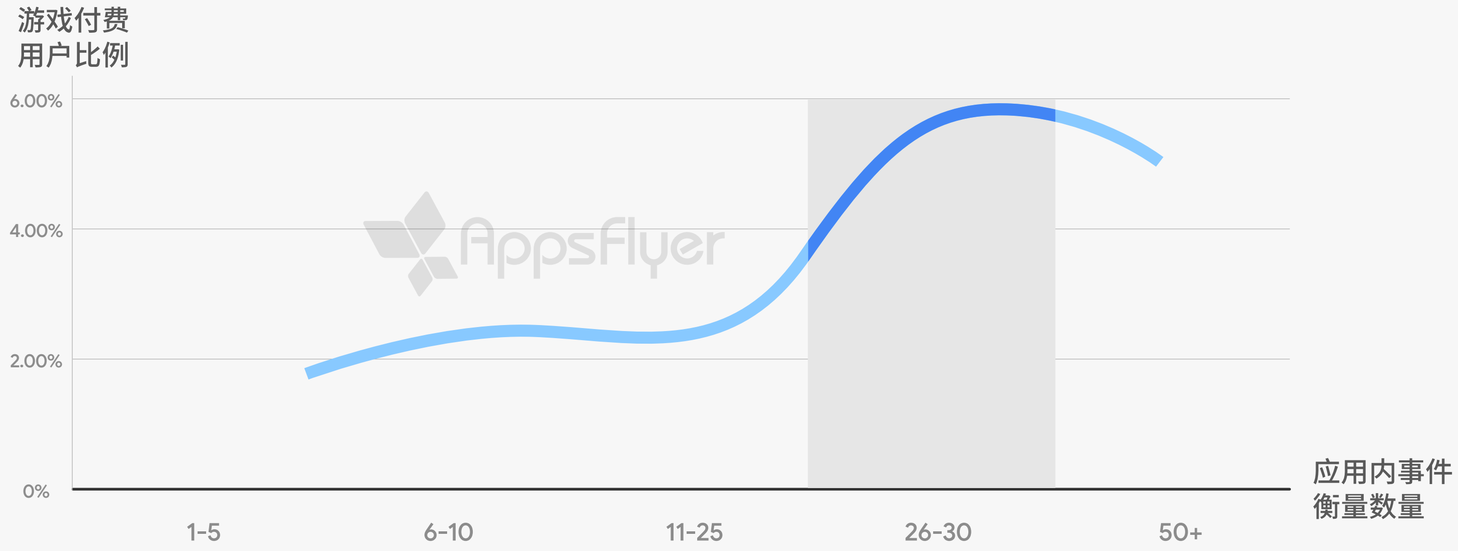
注:本报告基于全球 6000 个头部应用,统计期内共产生 170 亿安装总量;每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装;仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

应对策略之应用内事件｜事件衡量数量和付费用户比例有强关联，且二者间具有“最佳平衡点”

游戏内付费用户比例 vs 应用内事件衡量数量 | 2020 上半年



数据源: AppsFlyer

注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

应对策略之应用内事件｜除了监测常规事件外，休闲和益智游戏开始监测视频观看事件

应用内事件衡量热度 TOP 5 | 按游戏类型

	休闲	益智	角色扮演	策略
1	level_achieved	level_achieved	login	login
2	purchase	purchase	level_achieved	purchase
3	video	impression	purchase	level_achieved
4	login	video	registration	tutorial
5	tutorial	adclicked	tutorial	registration

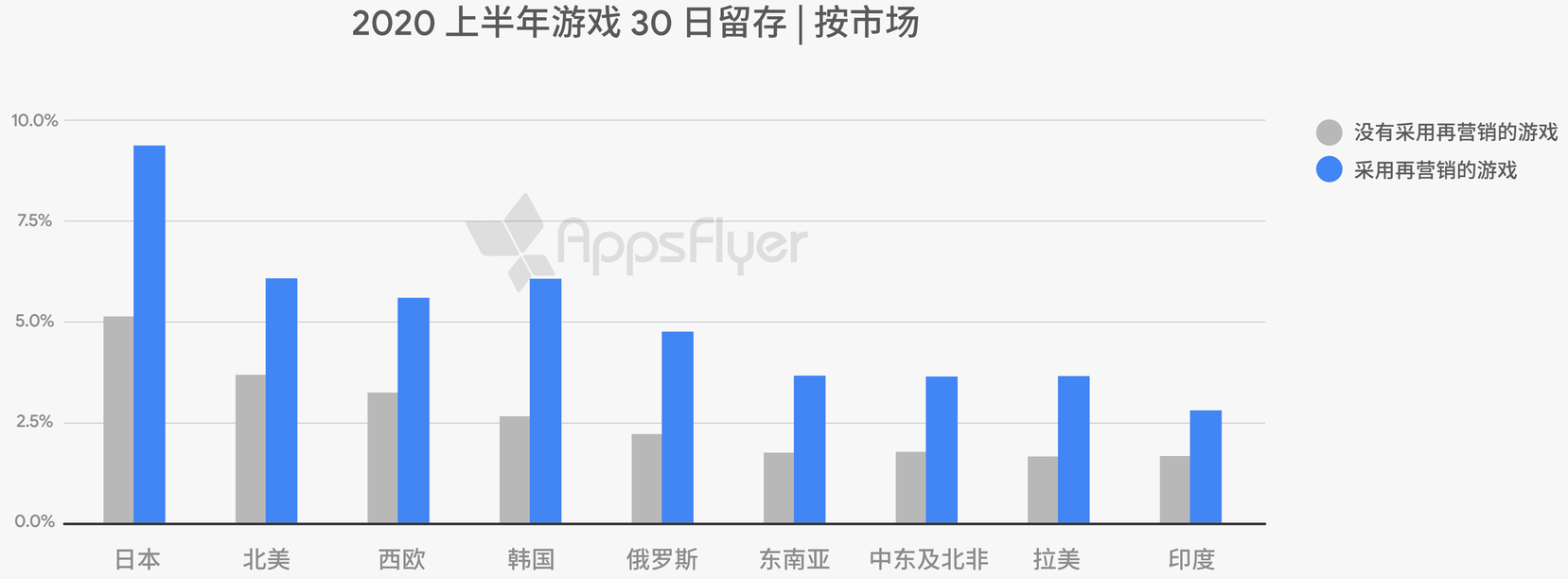
数据源: AppsFlyer

注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

应对策略之再营销｜再营销对日本、北美和韩国等成熟市场留存的影响更明显



数据源: AppsFlyer

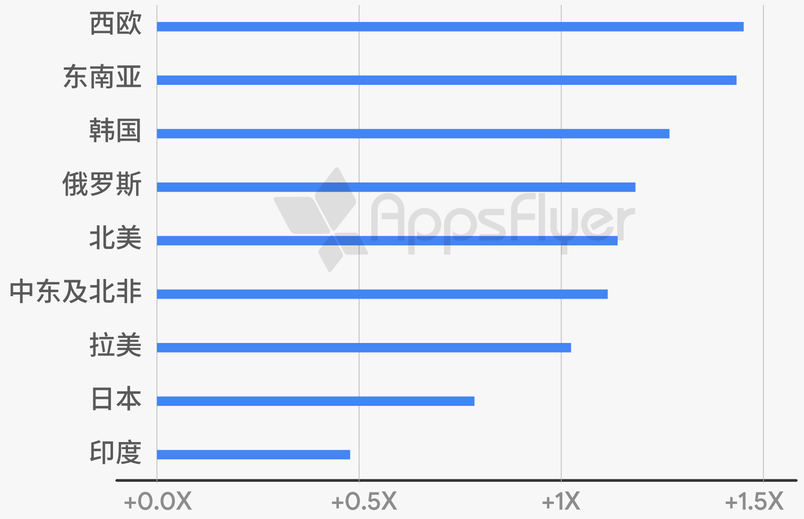
注: 本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

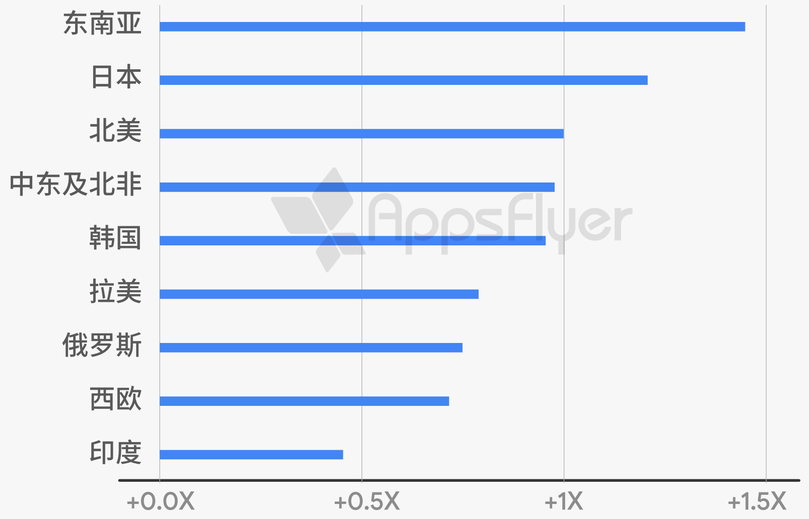
lax889889.com 299520.xyz

应对策略之再营销｜再营销对提升用户付费也有明显效果

付费用户比例提升幅度，运营再营销 vs. 没有运营再营销 | 按市场



ARPU 提升幅度，运营再营销 vs. 没有运营再营销 | 按市场



数据源: AppsFlyer

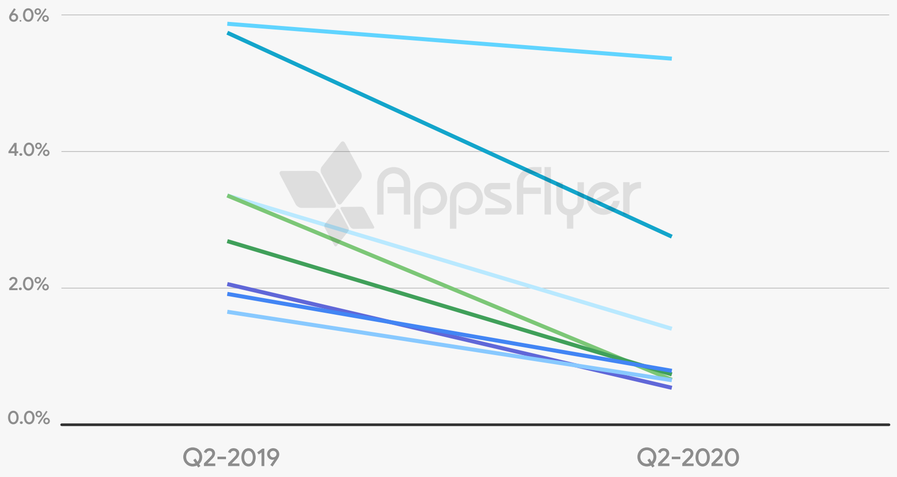
注：本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

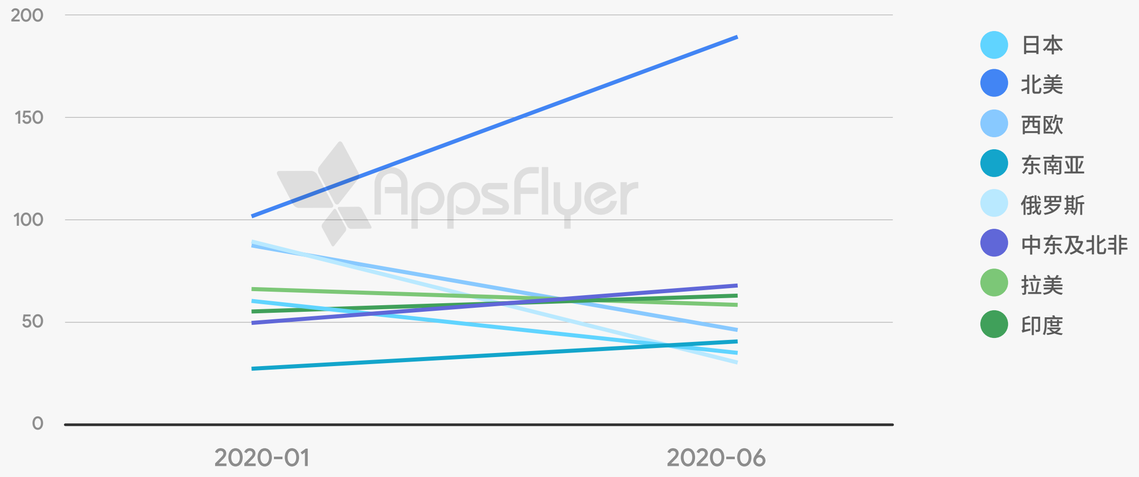
lax889889.com 299520.xyz

应对策略之作弊防护 | 安装作弊下滑，应用内作弊上升

游戏安装作弊率 2019 Q2- 2020 Q2 | 按市场



每作弊安装对应的应用内事件作弊 2020 1 月- 6 月 | 按市场

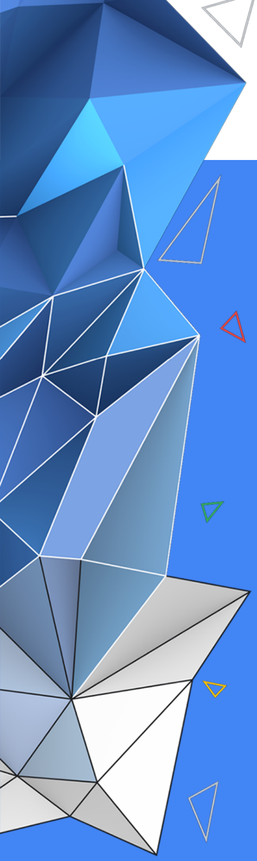


数据源: AppsFlyer

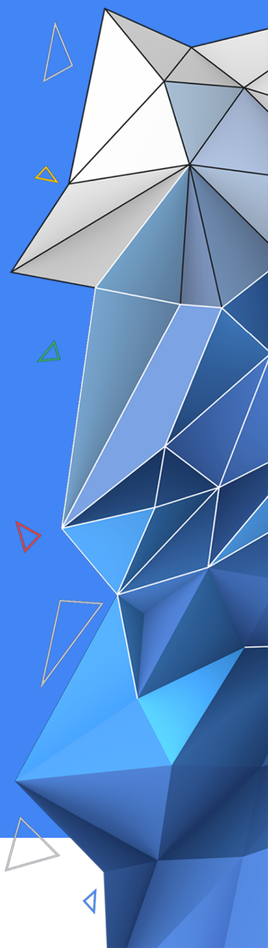
注: 本报告基于全球 6000 个头部应用，统计期内共产生 170 亿安装总量；每应用每月/每市场最少有 1000 个非自然安装；仅包含每个季度/每个市场总安装量前 50% 的应用。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



洞察与建议



liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

深入重点市场，加大植根本地的运营投入

- 新常态下中国游戏出海依然保持健康增长，游戏出海已从量变过渡到了质变
- 日韩市场的突破和欧美市场的稳固，为整体行业带来新思考和借鉴
- 对份额有所收缩的东南亚、俄罗斯等市场，持续关注整体市场规模和增长态势，挖掘市场红利

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

把握品类发展的细致方向，突出游戏产品差异化

- **挑战者品类：**灵活运用经典和热门游戏中的设计和玩法元素，丰富游戏体验
- **竞争者品类：**玩法融合和微创新，在传统游戏中加入新的游戏创意
- **领导者品类：**关注游戏玩法创新的方向和多元化，加强精细化运营，延长游戏的生命周期

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

精细化营销，把握每一个关键指标带来的增长机会

精细化营销 增长策略

- 买量市场蓬勃发展、竞争激烈，营销人员积极应对成本上升的挑战
- 明确并衡量关键指标，优化再营销和应用内事件衡量策略，提升用户留存
- 关注新型移动作弊手段，防范应用内事件作弊，规避营销预算风险

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

APP ANNIE | Google | AppsFlyer

报告研究方法及关键词定义

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

研究方法和报告关键名词定义

本报告中数据源为 App Annie 的部分基于 App Annie Intelligence 估算数据

收入定义和名称定义

- 用户支出为总支出，即 Apple 或 Google 收取分成之前的总支付金额。iOS App Store 和 Google Play 的用户支出分成有所不同，但通常为 30%。用户支出包括付费下载和 App 内购买，但不包括通过 App 内广告变现的收入。
- 对于下载量和用户支出数据，本报告中的数据计算依据为 App Annie 所划分的统一 App。统一 App 即指对同一 App，需将不同名称和不同平台上的相似版本进行统一。App 发行商均以其母公司之名出现在本报告中。
- 本报告基于 App Annie 对截至 6 月 30 日的所有时间段的当前估算数据和分类整理而成。

游戏类型定义

- 本报告根据 App Annie 独有的游戏分类法将游戏分为各种游戏类别。
- App Annie 使用专有方法论和框架，根据受众、类别、子类别和修饰词等各种属性对移动游戏应用进行了分类。这为游戏生态系统创建了一个独特的分类方法。

移动游戏发行商

- 中国移动游戏发行商指母公司总部设在中国大陆的公司，其中也包括其母公司总部位于中国大陆的海外发行商或公司，但不包括总部位于中国大陆的公司在海外收购的公司。
- 海外收购的子公司所属国家不因收购而改变。

国家和地区

- **北美洲：** 美国、加拿大
- **拉丁美洲：** 阿根廷、玻利维亚、巴西、智利、哥伦比亚、厄瓜多尔、福克兰群岛、法属圭亚那、圭亚那、墨西哥、巴拉圭、秘鲁、苏里南、乌拉圭、委内瑞拉
- **中东及北非：** 埃及、以色列、科威特、黎巴嫩、摩洛哥、卡塔尔、沙特阿拉伯、土耳其
- **东南亚：** 印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南
- **西欧：** 丹麦、芬兰、法国、德国、爱尔兰、意大利、卢森堡、荷兰、挪威、葡萄牙、西班牙、瑞典、瑞士、英国

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

研究方法及数据样本

本报告中数据源为 AppsFlyer 的部分基于 AppsFlyer 估算数据

数据样本

- 全球 6000 个头部游戏应用，统计期内共产生 170 亿次总安装。
- 头部应用即每个统计时段/每个市场/每个类别安装总量前 50% 的应用。

研究方法

- 为了衡量充分的营销数据，每应用必须具备非自然安装量最小值，即每个月/每个市场有 1000 个非自然安装。
- 本章节中所有数据均来自 AppsFlyer。作为移动归因与市场分析的领先平台，AppsFlyer 可量化 App 营销活动的有效性，这是通过合作伙伴配置、将 SDK 内置于客户 App 中实现的。所有数据均为匿名汇总数据。
- 游戏类别综合 iOS 和 Google Play 商店的分类定义。

国家和地区

- **北美洲：** 美国、加拿大
- **拉丁美洲：** 阿根廷、玻利维亚、巴西、智利、哥伦比亚、厄瓜多尔、福克兰群岛、法属圭亚那、圭亚那、墨西哥、巴拉圭、秘鲁、苏里南、乌拉圭、委内瑞拉
- **中东及北非：** 埃及、以色列、科威特、黎巴嫩、摩洛哥、卡塔尔、沙特阿拉伯、土耳其
- **东南亚：** 印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南
- **西欧：** 丹麦、芬兰、法国、德国、爱尔兰、意大利、卢森堡、荷兰、挪威、葡萄牙、西班牙、瑞典、瑞士、英国

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

DISCLAIMER FROM APP ANNIE

App Annie is a mobile market estimate service provider. App Annie is not registered in any investment advisory capacity in any jurisdiction globally, and does not offer any legal, financial, investment or business advice. Nothing contained in this communication, or in any App Annie products, services or other offerings, should be construed as an offer, recommendation, or solicitation to buy or sell any security or investment, or to make any investment decisions. Any reference to past or potential performance is not, and should not, be construed as a recommendation or as a guarantee of any specific outcome. You should always consult your own professional legal, financial, investment and business advisors.

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Think Games

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

liaohan.net nblax520.com